

# Le imprese italiane hanno imboccato la strada della crescita ecologica

ANDREA ZAGHI

**L**e imprese italiane sono attente all'ambiente. Certo, si può sempre fare di più e meglio, ma in tempi difficili come questi i numeri dicono che gli imprenditori del Paese sono tra i primi in della classe in fatto di cura dei risvolti ambientali di quello che fanno.

Lo dice il Rapporto GreenItaly della Fondazione Symbola e di Unioncamere, che parla chiaro: negli ultimi 5 anni (2015-2019) sono state oltre 432mila le imprese italiane dell'industria e dei servizi con dipendenti che hanno investito in prodotti e tecnologie green. In pratica, quasi una su tre: il 31,2% dell'intera imprenditoria extra-agricola. Nel quinquennio precedente, le aziende green erano state 345mila (il 24% del totale). Numeri importanti che proprio nel 2019 hanno raggiunto il primato con quasi 300mila aziende che hanno investito nella sostenibilità (il dato più alto registrato da quando Symbola e Unioncamere hanno iniziato a misurare questi investimenti). Il rapporto (svolto in collaborazione con Conai, Ecopeus e Novamont, e con il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne, Ecocerved e patrocinato dal ministero dell'Ambiente), individua negli investimenti in efficienza energetica e nelle fonti rinnovabili le attività più seguite dalle imprese; ma un ruolo importante han-

Le attività "verdi" più frequenti sono gli investimenti sull'energia rinnovabile, il taglio dei consumi di acqua e della produzione di rifiuti, la riduzione degli inquinanti e l'uso delle "materie seconde", cioè gli scarti

no anche il taglio dei consumi di acqua e rifiuti, la riduzione delle sostanze inquinanti e l'aumento dell'utilizzo delle materie seconde.

Situazione tutt'altro che disprezzabile, anche se fotografata prima di Covid-19. Proprio queste imprese, tuttavia, sono tra quelle che hanno reagito meglio alla pandemia. Sempre per Symbola e Unioncamere nel mese di ottobre 2020 chi è green sarebbe stato più resiliente. Tra le imprese che hanno effettuato investimenti per la sostenibilità, il 16% è riuscito ad aumentare il proprio fatturato, contro il 9% delle imprese non green. A giocare dalla parte degli investimenti ecosostenibili vi sarebbero anche altre rilevazioni. La quota di imprese manifatturiere il cui fatturato è sceso nel 2020 di oltre il 15% è dell'8,2% tra quelle green, mentre è stata quasi il doppio (14,5%) tra le imprese "non eco-investigatrici". E, sempre in termini di vantaggio competitivo, gli effetti si ve-

dono anche circa l'occupazione (assume il 9% delle green contro 7% delle altre), e di esportazioni (aumentano per il 16% contro il 12%). Dietro questi risultati non è solo il cuore più verde degli imprenditori, ma anche il più forte grado di capacità di innovazione (73% contro 46%), così come di investimenti in ricerca e sviluppo (33% contro 12%); importante è anche la presenza delle tecnologie 4.0. L'attenzione all'ambiente va di pari passo con il welfare e con la responsabilità sociale d'impresa. Senza dire dell'occupazione: nel 2018 i cosiddetti green jobs hanno superato la soglia dei 3 milioni (13,4% del totale).

Certo, si tratta anche di età dell'imprenditore visto che tra le imprese guidate giovani con meno di 35 anni, il 47% ha fatto eco-investimenti, contro il 23 delle altre. Ed è proprio il futuro che si ha davanti a contare molto: quasi un quarto delle imprese green conferma eco-investimenti per il periodo 2021-2023.

Insomma, quello delle aziende green è sempre di più, come ha detto Ermete Realacci presidente di Symbola, «un paradigma che ci può portare, come recita il Manifesto di Assisi, senza lasciare indietro nessuno e senza lasciare solo nessuno, verso una nuova economia più a misura d'uomo, per questo più resiliente e competitiva». Un traguardo più che raggiungibile. A patto di crederci davvero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LA TENDENZA

Secondo il quinto Rapporto GreenItaly, realizzato da Fondazione **Symbola** e Unioncamere, negli ultimi 5 anni oltre 432mila aziende hanno investito in prodotti e tecnologie "green"

## Italia riparte coi capolavori della cultura del cibo

Fare la spesa facendo cultura. Per scoprire, magari, il macchinario inventato da Leonardo da Vinci per trasformare l'antenateo dell'olio Toscano Igp o il ruolo del vino Barolo nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013 e fattore vitale per la nascita del Pistacchio verde di Bronte Dop. Si chiama «I capolavori a denominazione di origine» la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataty, Federdoc, Fondazione Qualivita, Origin Italia e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni Dop e Igp del settore

agroalimentare e vitivinicolo. Arrivano nei punti vendita italiani di Eataty grandi pannelli illustrati, mentre un manuale evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni, insieme a una *brochure* dedicata ad approfondire le produzioni di qualità europee e il significato dei marchi Dop Igp e a etichette con Qr-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti certificati, per poter scorrere immagini e testi. «Iniziativa così ricevono il nostro plauso», ha detto Manlio Di Stefano, sottosegretario 5s agli Esteri. «Il racconto del Made in Italy è il presupposto del nostro modello», ha rimarcato Nicola Farinetti, ad di Eataty.

